

## **Online Identity Analysis of Public Figure Raffi Ahmad**

### ***Analisis Identitas Online Tokoh Publik Raffi Ahmad***

**M. Alim Syafiur Rohman<sup>1</sup>, Bagas Kusuma Wardhana<sup>2</sup>, Poppy Febriana<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Correspondence Author Email: [bagaskusuma812@gmail.com](mailto:bagaskusuma812@gmail.com)

**Abstract.** *Raffi Ahmad has successfully created a strong and contemporary online persona, leveraging comedy, character personification, and customizable content to stay relevant in the digital world. He has navigated the challenges of online reputation and audience engagement with ease. However, there is a need for further strategic measures to safeguard his privacy and protect against the risks associated with negative participatory surveillance. This analysis explores how Raffi Ahmad has built and maintained his digital identity, managed interactions with his diverse audience, and dealt with privacy and reputation concerns in the digital era. The findings suggest that while Raffi has established a powerful online presence, there are critical areas where more proactive measures are needed to protect his personal information and reputation.*

**Keywords:** *Raffi Ahmad, Social Media, Public Figure*

**Abstrak.** Raffi Ahmad telah berhasil menciptakan persona daring yang kuat dan kekinian, memanfaatkan komedi, personifikasi karakter, dan konten yang dapat disesuaikan untuk tetap relevan di dunia digital. Ia mampu mengelola tantangan reputasi daring dan keterlibatan audiens dengan baik. Namun, perlu adanya langkah strategis lebih lanjut untuk melindungi privasinya dan menghindari risiko terkait pengawasan partisipatif yang negatif. Analisis ini mengkaji bagaimana Raffi Ahmad membangun dan mempertahankan identitas digitalnya, mengelola interaksi dengan audiens yang beragam, serta mengatasi masalah privasi dan reputasi di era digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Raffi telah membangun kehadiran daring yang kuat, terdapat area krusial di mana tindakan lebih proaktif diperlukan untuk melindungi informasi pribadi dan reputasinya.

**Kata Kunci:** Raffi Ahmad, Media Sosial, Public Figure

## **I. PENDAHULUAN**

Raffi Ahmad adalah selebriti Indonesia yang berprofesi sebagai pemeran, pembawa acara, penyanyi, pengusaha, YouTuber, dan produser. (Handayani, 2023). Selebriti Indonesia sekaligus mega influencer yang mempunyai banyak sisi menarik salah satunya adalah Raffi Ahmad, yang telah berhasil menciptakan kerajaan media sosial yang cukup besar dan kuat. Salah satunya pada platform Instagram Raffi Ahmad pada akun @raffinagita1717 yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 76,5 juta per tanggal 14 Januari 2025 (Hasna et al., 2021). Raffi mampu menarik penonton dari segala usia dan latar belakang melalui acara televisi, vlog YouTube, dan percakapan santai di Instagram dan TikTok. Selain menjadi artis yang luar biasa, Raffi Ahmad adalah contoh seorang wirausaha yang mampu memanfaatkan peluang di berbagai industri. Banyak bisnis, dari perusahaan kecil hingga besar, telah menggunakan jasanya untuk mempromosikan produk mereka (Agus Mokodompit et al., 2023)

Selain itu, melibatkan para pemirsa dalam sejumlah aktivitas interaktif, seperti tantangan media sosial, sesi tanya jawab, atau kampanye sosial (Aestetika, Kanda, et al., 2020) Strategi ini meningkatkan hubungan Raffi Ahmad dengan para penggemarnya, memberi mereka pengalaman yang lebih menarik dan personal, serta meningkatkan reputasinya sebagai selebriti yang dapat berinteraksi dengan para pengikutnya. Keikutsertaannya di ranah digital juga semakin membuka peluang menjalin relasi dengan penonton dari berbagai memiliki latar belakang yang berbeda (Pratama & Kencana, 2024) Analisis ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Raffi membentuk

identitas daringnya, strategi yang ia gunakan untuk mengelola context collapse, serta risiko dan peluang yang Raffi Ahmad hadapi dalam lanskap media sosial yang partisipatif. Dengan memahami dinamika ini, dapat mempelajari strategi yang efektif dalam membangun dan mempertahankan identitas daring yang kuat dan relevan, khususnya dalam konteks hiburan dan gaya hidup.

## **II. DASAR TEORI**

### **1. Teori Identitas**

Menurut, (Yulianto, 2016) Identitas daring adalah representasi diri yang terbentuk dalam lingkungan digital dan mencakup berbagai elemen, termasuk nilai, preferensi dan citra seseorang, yang semuanya diekspresikan melalui informasi dan interaksi bersama.

### **2. Content Collapse**

Menurut (Brandtzaeg & Lüders, 2018) berpendapat bahwa teori ini menggambarkan audiens dengan sejarah dan ekspektasi berbeda hadir di platform digital tepat pada saat yang sama, hal tersebut dikenal sebagai keruntuhan konteks. Menurut (Aisyah & Febriana, 2023) tetap relevan dan memberikan kesan yang baik dan dapat diandalkan bagi khalayak.

### **3. Participatory Surveillance**

Menurut (Paolotti et al., 2014) melalui interaksi dan konten media yang dibagikan, pengguna media sosial secara tidak sengaja atau sengaja membantu pemantauan dan pengawasan terhadap diri mereka sendiri dan orang lain. Fenomena ini dikenal dengan istilah pengawasan partisipatif. Tekanan sosial dan bahaya privasi memang ada, namun akuntabilitas dan transparansi juga mungkin meningkat sebagai dampaknya.

## **III. ANALISIS**

### **1. Pembentukan Identitas Daring**

#### **a. Entertainer Multitalent**

Menurut (Azizah & Ani, 2020) Raffi Ahmad dianggap berhasil membangun personal branding dengan cepat. Kehadiran online Raffi Ahmad yang signifikan di banyak platform media sosial dan media arus utama telah membantunya membangun kepribadian online-nya sebagai artis yang memiliki banyak segi. Raffi Ahmad aktif di berbagai platform, termasuk televisi, YouTube, Instagram, dan TikTok, menampilkan kepiawaiannya dalam menghibur pemirsa.

#### **b. Pemilik Bisnis Muda**

Menurut (Ritantri, 2024) Raffi Ahmad, sering menjadi panutan dan secara signifikan memengaruhi minat masyarakat sebagai pengusaha muda. Selain karirnya di dunia hiburan, Raffi Ahmad aktif berinvestasi dan menjalankan sejumlah perusahaan di berbagai industri, termasuk real estate, makanan, dan hiburan. Raffi Ahmad sering membahas pencapaian bisnisnya di media sosial, menunjukkan ketajaman bisnis dan pandangan ke depan.

#### **c. Kerjasama dan Keterlibatan**

Menurut (Sholichah & Febriana, 2022) kerjasama penting dalam industri hiburan hingga mencakup sejumlah domain komersial dan pemasaran produk untuk meningkatkan

kedudukan dan bisnis seseorang tersebut. Raffi Ahmad mampu menjangkau khalayak yang ramai dan lebih luas dengan menggarap beragam proyek bersama selebriti, public figure, influencer dan lainnya (Primasari & Puspitasari, 2023)

## **2. Manajemen Context Collapse dan Otentisitas**

Untuk memperluas dan memperdalam aspek-aspek yang telah dibahas mengenai Raffi, berikut ini adalah penjelasan yang lebih mendalam.

### **a. Konten yang Fleksibel**

Raffi Ahmad memiliki Kemahiran dalam menghasilkan beragam materi, seperti vlog perjalanan yang menginspirasi petualangan atau konten bisnis yang berwawasan luas, memberikan nilai tambah bagi pemirsa yang mencari kesenangan dan informasi, semakin menarik konten tersebut semakin banyak menarik perhatian publik (Abdillah Sandi & Febriana, 2023)

### **b. Personifikasi Karakter**

Raffi sukses menciptakan citra diri serba bisa yang bisa berubah tergantung peran yang di mainkan dalam setiap jenis materi. Raffi Ahmad dapat menampilkan banyak sisi dirinya sambil tetap setia pada dirinya sendiri sebagai seorang suami, orang tua, pengusaha, dan penghibur. Karena personifikasi karakter ini, Raffi Ahmad mampu berhubungan dengan banyak penonton. Selain itu, hal ini menunjukkan kemampuan dalam menyeimbangkan humor dan keseriusan, sehingga membantunya mendapatkan penerimaan dari berbagai kalangan (Caraka et al., 2022)

### **c. Menggunakan Komedi Sebagai Alat**

Membuat kumpulan materi lawakan dan memasukkan humor ke dalam konten apa pun berfungsi sebagai alat komunikasi dan hiburan yang ampuh (Siswanto & Febriana, 2017)Raffi Ahmad bisa menjaga kemesraan dengan penonton sembari melepaskan ketegangan atau rasa malu lewat humor. Raffi bisa tampil lebih menarik dan nyata jika dia lucu. Selain sebagai seorang penggunaan humornya dapat menyampaikan rasa nyaman dan hangat yang halus, yang sangat penting untuk membina hubungan dengan para penggemarnya.

### **d. Otentisitas yang Terkonstruksi**

Raffi menampilkan sisi dirinya yang sangat natural dan autentik di media sosial, namun ada juga aspek yang dibuat-buat dalam cara menampilkan dirinya. Ini menggambarkan bagaimana memilih beberapa aspek kehidupannya untuk ditekankan dan dipublikasikan. Ini lebih tentang bagaimana mengendalikan citra diri yang ingin di pertahankan agar tetap relevan dengan audiensnya daripada tentang apakah dia berakting atau tidak. Raffi mampu mencapai keseimbangan antara keaslian dan kepribadian yang diciptakan untuk memfasilitasi hubungan yang lebih baik dengan cara ini

### **e. Menghindari Kontroversi**

Kemampuan Raffi menghindari isu-isu yang dapat merugikan reputasinya merupakan salah satu aset terbesarnya (Anahiz et al., 2024). Raffi Ahmad lebih suka tetap berpegang pada konten yang menarik, menyenangkan, dan ceria. Strategi ini menunjukkan pemahaman Raffi yang mendalam terhadap dinamika media sosial, di mana perbedaan pendapat

membawa risiko yang signifikan. Raffi dapat menjaga stabilitas personal brand-nya, membuat pengikutnya merasa lebih aman dan tenteram. Secara keseluruhan, Raffi Ahmad mengolah ragam karakter dan materi, menjadikan dirinya pribadi yang berkepribadian, mudah beradaptasi, namun relevan dalam berbagai konteks

### **3. Risiko Dan Peluang**

Risiko yang dimiliki oleh Raffi Ahmad sebagai publik figure antara lain:

#### a. Risiko Privasi

Raffi Ahmad rentan terhadap bahaya privasi karena individu terkenal yang cukup terbuka mengenai kehidupan pribadinya. Menurut (Octovi et al., 2023) Seorang publik figur harus hati-hati dalam berperilaku karena apabila salah dalam berperilaku maka dapat berakibat fatal.

#### b. Ketergantungan Platform

Situs media sosial dan algoritmenya sangat penting bagi kesuksesan Raffi. Visibilitas dan pendapatan suatu platform mungkin dipengaruhi secara signifikan oleh modifikasi kebijakan atau algoritmanya. Peluang tersebut yang dimiliki oleh Raffi Ahmad sebagai seorang publik figure.

#### c. Peluang Bisnis

Kehadiran internet menawarkan peluang bagus untuk endorsement dan bisnis bagi Raffi Ahmad. Internet dapat digunakan dalam sebuah platform untuk mengembangkan merek pribadinya dan mengiklankan barang dan jasa

#### d. Dampak Sosial

Raffi Ahmad mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap audiens terutama generasi muda. Hal tersebut dapat memobilisasi dukungan untuk masalah sosial yang signifikan, mendidik masyarakat, dan menyebarkan pesan-pesan yang menyemangati dengan menggunakan posisinya

## **IV. KESIMPULAN**

Dengan menampilkan citra seorang entertainer yang memiliki banyak segi, keluarga selebriti, dan wirausaha muda, Raffi Ahmad telah berhasil menciptakan persona online yang kuat dan kekinian. Penggunaan komedi, personifikasi karakter, dan konten yang dapat disesuaikan memungkinkan untuk menangani keruntuhan konteks. Terlepas dari tekanan sosial dan masalah privasi, Raffi Ahmad memanfaatkan kesempatan ini untuk mengembangkan bisnisnya, mendapatkan kekuasaan, dan menumbuhkan rasa kebersamaan. Rekomendasi mengenai Raffi Ahmad dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. Perlindungan Privasi yang Lebih Baik

Raffi harus berinvestasi dalam keamanan siber dan membatasi jumlah informasi pribadi dan keluarganya yang publikasikan di media sosial.

### 2. Diversifikasi Platform

Untuk bersiap menghadapi perubahan algoritme atau kebijakan platform, hal tersebut harus mempertimbangkan untuk mendiversifikasi platform dan meminimalkan ketergantungan pada satu situs media sosial.

3. Kesehatan Mental

Raffi Ahmad harus menjaga kesehatan mental dengan menetapkan batasan yang jelas antara kehidupan pribadi dan profesionalnya, mendapatkan bantuan dari seorang profesional, dan menangani stres secara efisien.

4. Tanggung Jawab Sosial

Sebagai tokoh masyarakat terkenal, Raffi harus menggunakan platformnya untuk mengadvokasi tujuan-tujuan yang bermanfaat dan menyebarkan pesan-pesan yang membangkitkan semangat guna meningkatkan tingkat kesadaran dan tanggung jawab sosialnya.

5. Transparansi Bisnis

Untuk menumbuhkan kepercayaan dan menghindari isu-isu terkait, Raffi harus terus menjalankan perusahaannya secara transparan. Raffi Ahmad semoga tetap menjadi sosok penting dan memotivasi di era digital ini dengan terus berkreasi, menjaga keseimbangan yang sehat, dan menjalankan tanggung jawab.

## REFERENSI

- Abdillah Sandi, N., & Febriana, P. (2023). Sadfishing: Studi netnografi pada konten dengan tagar #RumahKokKayu di TikTok. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(1).
- Aesthetika, M. N., Kanda, Y., & Febriana, P. (2020). Kim Hyesan Drama YouTube Channel as a Reference Job in Australia. Retrieved from [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- Agus Mokodompit, E., Fardiansyah, H., Yuliyani, L., Halu Oleo, U., Dharma Andigha, S., & Siliwangi, U. (2023). Social media influencer implementation on consumer purchase interest. *Jurnal Ekonomi*, 12(1). Retrieved from <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Aisya, S., & Febriana, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran The Body Shop melalui brand ambassador: Studi kasus Iqbaal Ramadhan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(1), 200–208. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25348>
- Anahiz, S., Hakim, S. A., Fitra, M., Ramadhan, A., Azhari, S. D., & Ilham, M. F. (2024). Pembentukan komunitas virtual di platform X: Studi kasus reaksi komunitas marah-marah atas penganugerahan gelar H.C. kepada Raffi Ahmad. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14565448>
- Azizah, N., & Ani, I. (2020). Personal branding YouTuber nomor satu di Indonesia.
- Brandtzaeg, P. B., & Lüders, M. (2018). Time collapse in social media: Extending the context collapse. *Social Media & Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118763349>
- Caraka, R. E., Noh, M., Lee, Y., Toharudin, T., Yusra, Tyasti, A. E., Royanow, A. F., Dewata, D. P., Gio, P. U., Basyuni, M., & Pardamean, B. (2022). The impact of social media influencers Raffi Ahmad and Nagita Slavina on tourism visit intentions across Millennials and Zoomers using a hierarchical likelihood structural equation model. *Sustainability*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010524>
- Handayani, H. (2023). Implementasi sosial media influencer terhadap minat beli konsumen: Pendekatan digital marketing. *Jesya*, 6(1), 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Hasna, O., Wahyuning, D. Y., & Setiawati, E. (2021). Analisis strategi review produk oleh Raffi Ahmad dan Nagita Slavina pada media sosial Instagram (Kajian analisis wacana kritis Fairclough).
- Octovi, A., Effendi, A., & Febriana, P. (2023). Fenomena cancel culture sebagai kontrol sosial pada kasus KDRT Rizky Billar terhadap Lesti Kejora.
- Paolotti, D., Carnahan, A., Colizza, V., Eames, K., Edmunds, J., Gomes, G., Koppeschaar, C., Rehn, M., Smallenburg, R., Turbelin, C., Van Noort, S., & Vespignani, A. (2014). Web-based participatory

- surveillance of infectious diseases: The Influenzanet participatory surveillance experience. *Clinical Microbiology and Infection*, 20(1), 17–21. <https://doi.org/10.1111/1469-0691.12477>
- Pratama, M. A., & Kencana, W. H. (2024). Analisis resepsi terhadap konten flexing pada channel YouTube Rans Entertainment. *Ikon*, 29(1). <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1>
- Primasari, I., & Puspitasari, A. (2023). Analisis personal branding di media sosial: Studi kasus personal branding sebagai komunikasi bisnis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina di Instagram. Retrieved from <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Ritantri, K. (2024). Konten media dan popularitas tenis di Indonesia. Retrieved from [www.onlinedoctranslator.com](http://www.onlinedoctranslator.com)
- Sholichah, M., & Febriana, P. (2022). Konstruksi citra diri dalam media baru melalui aplikasi Instagram (Analisis semiotik postingan Instagram @Maudyayunda).
- Siswanto, A., & Febriana, P. (2017). Representasi Indonesia dalam stand-up comedy (Analisis wacana kritis Norman Fairclough dalam pertunjukan spesial Pandji Pragiwaksono “Mesakke Bangsa”).
- Yulianto, J. E. (2016). Studi komparatif identitas nasional pada remaja generasi Z ditinjau dari intensitas penggunaan internet.